

Frá veiðusamfelag til vitanarsamfelag III

KRONIKK

Elin Heinesen
stjóri í SamVit



er møgult til gagns fyri allar partar. Hetta samstarvið er alneyðugt, um vit veruliga skulu flyta okkum inn í nýggja búskapin.

Vilja vit ganga nýggjar leiðir, og vilja vit samstarva og netverka eisini tvørtur um siðbundin mörk og tvørtur um landamörk, har tað ber til, standa vit nógv sterkari úteftir. Soleiðis tryggja vit eisini nýskapandi og virðis-økjandi kreftum bestu umstøður, so enn fleiri og fjølbroyttari virðisskapandi fólk dragast at hesum landi.

Mugu leggja dent á vakstrar- og útflutningsvinnu

Men til tess at náa hesum máli má nógv størri fokus vera á vakstrar- og útflutningsvinnu – serliga á at menna handils-, tænastr-, vitanar-, ferða- og upplivingarvinnu (vinnur, sum við altjóða heitum eru: Born-Global og/ella BornCreative), tí tað er har, vit hava stórar møguleikar fyri viðkan. Tað er har akademisku førleikarnir veruliga gera mun. Og tað er har framtíðar møguleikarnir fyri búskaparvøkstri liggja. Tað er ikki lótuverk, men eru vit framsiggin og proaktiv, økja vit okkara tjansir at skapa ein væl sterkari búskap, enn vit hava í dag.

Einki er til hindurs fyri, at eisini vit kunnu gera okkara vitan, okkara mentan og okkara umhvørvi til eitt jarnbrot fyri vøxtur og menning her á landi, og harvið skapa fyrirmyndarligan gróðrabotn fyri framtøk, ið skapa áhuga út um landamörk og vøxtur fyri samfelagið sum heild. Her er vitanar- og upplivingarbúskapurin (herundir t.d. ferðavinna) ein hóskandi vegur at ganga hjá okkum í Føroyum, tí her hava vit kanska betri kort á hondini enn tey flestu, um vit bara duga at brúka tey. Fyrimunurin við vitanar- og upplivingarbúskapinum er, at vit kunnu framleiða vørur, sum eru eindømi, og sum ikki kunnu hópframleiddast – serliga tá upplivingarnar er tengdar at landinum, vit búgva í.

Framtíðin liggur í nichuvørur
Siðbundna vinnan og iðnaðurin liggur í blóðugari kapping við onnur, sum framleiða nøkurlunda somu vørur nógv bíligari, og steðgar meira ella minni upp í lötuni. Meðan vinnur, ið framleiða virðisskapandi vitan, unikkar vørur, tænastr og upplivingar, eru í stórum vøkstri. Tí er tað av serstakliga stórum týðningi, at vit byrja at fokusera á, hvat vit kunnu framleiða av øðrvísi, serstøkum vørur og tænastrum – ítökiligum sum óitökiligum virðum. Samstundis mugu vit duga at gagnnýta øll, sum kunnu geva sítt iskoyti til nýggja búskapin – til vørumenning og til munaðygga marknaðarføring. Vit mugu bjóða bestu og mest nýskapandi arbeiðsmegini bestu



møguleikarnar fyri at liva og virka her á landi. Til ber at byrja tíðliga við t.d. at bjóða lesandi praktikkláss í føroyskum fyrirtøkum, har tey kunnu loysa viðkomandi vinnuligar uppgávur.

Føroyskar vørur og tænastr umboða nichur á altjóða marknaðinum, sum hava góðan møguleika at vekja ans millum partar av altjóða keyparaskaranum. Her ræður um at gera rættar iløgur, og vita, hvar iløgurnar gera størsta munin. Tvs. málrætta vørumenning og marknaðarføring til úrvaldar marknaðir og málbólkar á ein hátt, sum bindir saman vørurnar uppruna og trúvirði við fatanina fyri tørvinum í tí serstaka marknaðinum, har vøran skal seljast.

Hjáútvinsla ein góður móguleiki

Vit hava eina siðbundna fiskivinnu, sum als ikki brúkar allar teir móguleikar, sum liggja í rávøruni – fiskinum. T.d. er Danmark størsta insulínútflytandi landið í heiminum í dag, tí danir dugdu at menna nýggjar móguleikar burtúrur hjáútvinsluni frá teirra umfatandi siðbundnu svinaframleiðslu. Soleiðis eiga eisini at liggja aðrir – kanska stórir – móguleikar í okkara høvuds-vinnu, sum vit bara kunnu fáa eyga á, um vit tora at hugsa og gera tingini eitt sindur øðrvísi, enn vit plaga.

Summi eru gingin undan við nýhugsan, so heilt eiðasør eru vit ikki. Men vit eiga at gera væl meira burtur úr hesum. Kunnu vit t.d. fáa meira burtur úr fiskalivur ella fiskaskræðu? Kunnu vit fáa meira orku burturúr vindi, aldum og streymi, sum vit hava so ríkiligt av? Liggja ótroyttir móguleikar í upplivingar- og ferðavinnu? Her má gransking og iløgur til fyri at skapa fortreytir fyri vørumenning og dyrkan av nýggjum marknaðum.

Meira beinrakin marknaðarføring

Tørur er á at gera føroyskar vørur og tænastr sjónligari og

lættari tilgeingiligar á altjóða marknaðinum tey røttu støðini – serstakliga umvegis internetið, tí internetið er ein alráðandi miðil, sum kollveltir heimsmarknaðin í lötuni. Tað er blivið meira ómaka-leyst enn nakrantíð hjá fólki at leita sær vitan um vørur – og at bíleggja og keypa tær, hóast tær verða framleiddar hinumegin knøttin. Hetta hevur rættiliga sett ferð á alheimsgerðina. Keypt og sœla fer í stórliga vaksandi mun meira og meira fram ímillum smærri eindir – peer to peer – sum kunnu liggja nógvur túsund kilometrar burtur frá hvørjum øðrum. Tað ger ikki mun. Hetta er eitt nýtt atferðarmynstur á marknaðinum, sum veruliga kann koma okkum, sum eru so smá, til fyriruns.

Her mugu vit finna fram til, hvussu vit t.d. kunnu gera okkum galdandi á einum alheimsmarknað, har kappingin er beinhørð og harðnar alt meira, jú fleiri brúka internetið. Tað er hesari avbjóðing, vit mugu mœta. Hvussu raka vit rætt, og hvussu eydnast vit við einari marknaðarføring, sum kann skapa kensluna av samleika og samkenning – tvs. inspirera fólk til at hugsa: “Hetta er ‘cool’ fyri meg at keypa”?

Hvussu hugtaka vit onnur?

Um vit vilja økja okkara umsetning, mugu vit duga at spinna vørur okkara inn í søgur, sum fáa fólk til at tilleggja vørurnum meira týðning ella meira virði, enn vøran í sær sjálvum ítökiliga hevur, og soleiðis geva vørurnum ein samleika, sum ger, at tær verða lagdar merki til og kendar aftur. T.d. at lýsa vørurnar í einum samleikaskapandi og/ella sniðgevingarligum høpi á ein slíkan hátt, at fólk antin kenna seg aftur, vera hugtikin ella bara halda, tað er spennandi og ‘cool’ at keypa júst eina tílíka vøru, tí tað sigur júst teimum nakað serligt.

Tað er tí, tað er so neyðugt, at vit saman finna út av, hvat okkara brand er. Hvat er okkara styrki. Hvat er okkara ‘genious’.

Hvussu brúka vit tað? Hvussu vísa vit okkara vørur fram á ein lættan og brúkaravinarligan hátt? Hvussu mœta vit eftirspurninginum úti í heimi og seta okkara vørur inn í hetta høpi? Og hvussu fortelja vit søgurnar um vørur okkara á ein áhugavekjandi, hugtakandi og minnisverd-an hátt? Hvørjir eru móguleikarnir at koordinera tað við ferðavinnu og annað sum stuðlar uppundir brandið? So sum tey t.d. hava gjørt á Læsø, har siðbundna saltframleiðslan á oynni eisini er ein stór ferðafólkaattraktión, sum er við til at stuðla uppundir brandið ‘Læsø salt’. (www.sydesalt.dk).

Ganga saman um at branda okkum

Øll kunnu sjálvandi royna at gera hetta hvør sær – tvs. hvør fyrirtøka brandar seg individuelt og klárar seg sum best soleiðis. Men í stóra samanhuginum eru føroyskar fyrirtøkur mikroskopiskar. Ofta er úrslitið bara, at avmarkaða figgarorkan hjá okkara lutvíst sera smáu fyrirtøkum ger alt ov lítlan mun, og at fyrirtøurnar so ístaðin kappast ósunt og kœva hvønnannan innanhýsis, áðrenn tær nakrantíð eru náddar út í heim.

Ein annar – meira konstruktivur móguleiki er at ganga saman í netverk fyri øll, sum síggja fyrimunirnar í at arbeiða saman fyri at standa sterkari í kappingini frá útheiminum og skapa ein meira vitanar- og upplivingargrunaðan búskap í Føroyum.

Til ber at seta sær mál og gera heildarætlanir saman – í netverkum ella tvørfakligum bólkum – t.d. ætlanir fyri, hvussu fiskivinna kann fáa betri nýttu burtur úr menniskjansliga tilfeinginum, eisini teim væl útbúnu – og hvussu vit gera hetta tilfeingið meira tœkt. Hetta er ein háttur at seta ferð á vakstrar- og útflutningsvinnu og skapa synergi til gagns fyri bæði einstakar fyrirtøkur, føroyska vinnu og samfelagið sum heild.